

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ - TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Restaurace PANORAMA – Založení společnosti s ručením omezeným

Restaurant PANORAMA – Setting up a Limited Company

Student: Veronika Peškarová
Vedoucí bakalářské práce: Ing. Marie Mikušová, Ph.D.

Ostrava 2010

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně. Přílohy č. 7., 8., 9., 10., 11. a 12., které mi byly dány k dispozici, jsem doplnila samostatně.

V Ostravě dne: 7. května 2010

.....
Veronika Peškarová

Poděkování:

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce paní Ing. Marii Mikušové Ph.D. za její čas, který mi vždy ochotně věnovala, za odborné rady, bohaté zkušenosti a cenné připomínky, kterými přispěla k vypracování této práce.

Obsah:

1	Úvod	1
2	Teoretická část	3
2.1	Pojmy	3
2.1.1	Živnostenský zákon	3
2.1.2	Obchodní zákoník	3
2.1.3	Podnikatel	4
2.1.4	Podnik	4
2.1.5	Podnikání	4
2.1.6	Obchodní firma	5
2.1.7	Obchodní rejstřík	5
2.1.8	Management	7
2.2	Malé a střední firmy	7
2.2.1	Hlediska pro vymezení malé a střední firmy	8
2.2.2	Výhody malého a středního podnikání	8
2.2.3	Nevýhody malého a středního podnikání	9
2.3	Živnost	9
2.3.1	Druhy živnosti	10
2.3.1.1	Živnosti ohlašovací	10
2.3.1.2	Živnosti koncesované	12
2.3.2	Odpovědný zástupce	12
2.3.3	Ukončení živnostenského oprávnění	13
2.4	Právní forma podnikání	14
2.4.1	Fyzická osoba	14
2.4.2	Právnícká osoba	14
2.4.2.1	Osobní společnosti	15
2.4.2.2	Kapitálové společnosti	17
2.4.2.3	Družstvo	19
2.5	Podnikatelský plán	20
2.5.1	Marketingový plán	22
2.5.1.1	Produkt (Produkt)	22
2.5.1.2	Cena (Price)	23
2.5.1.3	Distribuce (Place)	24

2.5.1.4	Propagace (Promotion)	24
3	Založení společnosti s ručením omezeným	25
3.1.1	Potřebné dokumenty.....	26
4	Podnikatelský záměr.....	28
4.1.1	Popis, charakteristika a cíle podnikání.....	28
4.1.2	Analýza okolí firmy.....	30
4.1.2.1	Obecné faktory	30
4.1.2.2	Oborové sektory	31
4.1.3	Marketingový plán.....	33
4.1.3.1	Produkt	33
4.1.3.2	Cena.....	35
4.1.3.3	Distribuce.....	35
4.1.3.4	Propagace	35
4.1.3.5	Lidé.....	36
4.1.3.6	Materiální prostředí.....	38
4.1.3.7	Proces	39
4.1.4	Finanční plán	39
4.1.4.1	Plánovaná počáteční rozvaha	39
4.1.4.2	Plánovaný výkaz zisků a ztrát.....	41
4.1.4.3	Plánované Cash – Flow.....	44
4.1.5	Zhodnocení podnikatelského záměru	46
5	Závěr	48
	Seznam použité literatury:	49
	Seznam použitých zkratk.....	51
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	52
	Seznam příloh.....	53

1 Úvod

Jako téma své bakalářské práce jsem si vybrala založení společnosti s ručením omezeným, restauraci PANORAMA. Důvodem mého výběru daného tématu bylo zlepšení a prohloubení mých vědomostí v dané problematice založení podniku s touto právní formou. Avšak nejdůležitějším aspektem pro výběr činnosti podnikání společnosti je, že bych jednou sama chtěla podnikat v oblasti hostinské činnosti, která je součástí živnosti řemeslné.

V dnešní současné firmám nepřející době přetrvávající ekonomické krize jsou rozhodnutí v oblasti podnikání velmi důležitá. Založení společnosti s ručením omezeným je tak nejrozšířenější a nejoblíbenější právní formou pro zahájení podnikání z oblasti kapitálových společností v ČR. Důvodem je jeho malá administrativní náročnost a relativně nízká hodnota základního kapitálu. Dalším důvodem je fakt, že společníci neručí za závazky společnosti celým svým majetkem, nýbrž ručí solidárně, všichni společně a nerozdílně a to pouze do výše souhrnu nesplacených částí vkladů zapsaných do obchodního rejstříku.

Na druhou stranu založení společnosti s ručením omezeným není tak jednoduchou aktivitou jak se na první pohled zdá. Založení a vedení prosperující společnosti vyžaduje spoustu investovaného času, neméně investovaných finančních prostředků a vysokého pracovního nasazení a obětavosti. Z těchto důvodů vyplývá cíl mé bakalářské práce, kterým je vypracování nebo nastínění co nejjednoduššího a nejlepšího postupu při založení a vedení společnosti s ručením omezeným pro další začínající podnikatelé, na základě zkušeností z již existující, prosperující restaurace.

Bakalářskou práci jsem rozdělila do dvou důležitých částí. První část se týká teoretického východiska, jehož cílem je vysvětlit nejdůležitější pojmy, týkající se podnikání jako jsou například, podnikatel, podnik či obchodní firma. Dále se pokusím definovat malý a střední podnik a v bodech naznačit jejich výhody a nevýhody. V další části se vynasnažím osvětlit problematiku živností, zvláště jejich rozdělení. Dále rozdíl mezi právními formami podnikání, právnických a fyzických osob, a také základní informace a rozdíl mezi jednotlivými typy obchodních společností. Avšak nejdůležitější částí teoretických východisek je podnikatelský

záměr, který je základním plánem pro zahájení podnikání, na jehož základě se posuzuje získání úvěru pro podnikání a celková budoucnost daného podniku.

Následující praktická část se skládá z několika celků. Prvním je samotné založení společnosti s ručením omezeným, postup při založení a důležité a nezbytné dokumenty, bez nichž by společnost nemohla vzniknout. Další částí je podnikatelský záměr, jehož úvodem je popis a charakteristika restaurace PANORAMA, její právní forma a nejdůležitější cíle. Následujícím bodem je analýza okolí firmy, obecné i oborové a marketingový plán skládající se z produktu, ceny, distribuce a propagace. Další neméně důležitým bodem je finanční plán, který se skládá z počátečních nákladů a výdajů, plánu tržeb, Cash Flow a Výkazu zisku a ztrát. Poslední bod podnikatelského plánu se týká managementu, přesněji řečeno vedoucích a obsluhujících pracovníků restaurace.

Závěrem mé práce bude zhodnocení situace restaurace PANORAMA a navrhnout její případné řešení daných problémů.

2 Teoretická část

2.1 Pojmy

Pro přiblížení problematiky založení či vedení podniku je důležité objasnění některých jejích důležitých pojmů. Všechny níže uvedené pojmy, kromě pojmu „management“ jsou taxativně uvedeny v zákoně č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník.

2.1.1 Živnostenský zákon

Stanovuje základní rovnoprávné podmínky pro provozování živnosti, jak malých samostatných živnostníků, tak pro velké podniky. Upravuje vztahy mezi státem a jinými podnikatelskými subjekty, které provozují podnikání na základě živnostenského oprávnění. Také upravuje podmínky pro podnikání zahraničních subjektů. Dále vymezuje pojem živnost a podmínky pro získání živnostenského oprávnění k podnikání.

Živností, jejím rozdělením, podmínkami získání živnostenského oprávnění a jejím zrušením či zánikem se budu dále zabývat v 3. bodě teoretické části mé bakalářské práce.

2.1.2 Obchodní zákoník

Je to legislativní předpis, který upravuje postavení podnikatelů, právní formy podnikání či obchodní závazkové vztahy. Definuje pojmy spojené s podnikáním a upravuje označování obchodních listin, výši základního kapitálu, zápis do obchodního rejstříku, druhy obchodních společností, podmínky, které musí být splněny pro vznik těchto společností, jejich provoz a jiné.

2.1.3 Podnikatel

Podnikatel je faktorem, který nejvíce přispívá pro hospodářský rozvoj. Pro laika znamená podnikatel člověka, který má schopnost řídit a být vůdčí osobností, je cílevědomý, má vysokou kvalifikaci a zároveň je odborníkem v daném oboru podnikání.

Dle Zákona č. 513/1991 Sb. je podnikatelem fyzická nebo právnická osoba, tuzemská nebo zahraniční, osoba zapsána do obchodního rejstříku, podniká na základě živnostenského oprávnění nebo jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů (např. lékař, advokát, poradce), fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštních předpisů.

2.1.4 Podnik

Obecně se podnikem rozumí místo, určitý prostor, kde se podnikatelská činnost provozuje. Podnik můžeme chápat také jako společenství lidí a prostředků, které jsou spojeny za účelem vytváření určité činnosti s cílem dosažení vlastního prospěchu. Obchodní zákoník definuje podnik jako soubor hmotných, jakožto i osobních a nehmotných složek podnikání. K podniku náleží věci, práva a jiné majetkové hodnoty, které patří podnikateli a slouží k provozování podniku nebo vzhledem ke své povaze mají tomuto účelu sloužit.

2.1.5 Podnikání

Je mnoho způsobu, jak tento pojem vysvětlit. Nejjednodušší vysvětlení je, že je jakousi činností, která uspokojuje potřeby svých zákazníků, a tak svému podnikateli přináší zisk.

V ČR je podnikání upraveno obchodním zákoníkem, kde je psáno, že podnikání je soustavná činnost, prováděná podnikatelem samostatně, vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. Dalším neméně důležitou interpretací z ekonomického hlediska je, že podnikání je kombinace

ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby se zvýšila jejich původní hodnota. Dá se říci, že je to dynamický proces vytváření přidané hodnoty.

Dále bychom mohli poukázat na interpretaci sociologického pojetí, kde je podnikání vytvářením blahobytu pro všechny zainteresované, hledáním cesty k dokonalejšímu využití zdrojů, vytvářením pracovních míst a příležitostí. A v neposledním případě vysvětlení pojmu z psychologického hlediska, kde se pojem vysvětluje jako činnost motivována potřebou něco získat, něčeho dosáhnout, vyzkoušet si něco, něco splnit. Je to prostředek k dosažení seberealizace, zbavení se závislostí, postavení se na vlastní nohy atd. [10]

2.1.6 Obchodní firma

Dle Obchodního zákoníku § 8 odstavec 1 je obchodní firma název, pod kterým je podnikatel zapsán v obchodním rejstříku a podnikatel je pod touto svou firmou povinen činit právní úkony.

U fyzické osoby je firmou, tudíž jejím názvem vždy jméno a příjmení podnikatele. Na druhou stranu, může obsahovat dodatek, který odlišuje podnikatele nebo druh podnikání, který se zpravidla vztahuje k této osobě nebo druhu podnikání.

Firmou obchodní společnosti nebo družstva a dalších právnických osob, které vznikají zápisem do obchodního rejstříku je název, pod kterým jsou zapsány v obchodním rejstříku. Firmou právnické osoby, která se zapisuje do obchodního rejstříku na základě zvláštního právního předpisu a která vznikla před tímto zápisem, je její název. Součástí firmy právnických osob je i dodatek označující jejich právní formu.

2.1.7 Obchodní rejstřík

Veřejný seznam, do kterého se zapisují zákonem stanovené údaje o podnikatelích, je veden rejstříkovým soudem v elektronické podobě a je každému přístupný. To znamená, že každý do něj může nahlížet a pořizovat si z něj kopie či výpisy.

Návrh na zápis lze podat v listinné nebo elektronické podobě a musí být doplněn listinami o skutečnostech, které mají být do obchodního rejstříku zapsány a listinami, které se zakládají do sbírky listin.

Do obchodního rejstříku se zapisují dle § 34 Obchodního zákoníku:

- obchodní společnosti a družstva
- zahraniční osoby podle § 21 odst. 4
- fyzické osoby, které jsou podnikateli a mají bydliště v ČR a osoby dle § 21 odst. 5, které podnikají na území ČR, pokud o zápis požádají
- další osoby, stanoví-li povinnost jejich zápisu zvláštní právní předpis

Do obchodního rejstříku se zapíší dle § 35 Obchodního zákoníku:

- firma, u právnických osob sídlo, u fyzických osob bydliště a místo podnikání, liší-li se od bydliště
- předmět podnikání
- právnická forma právnické osoby
- u fyzické osoby rodné číslo nebo datum jejího narození, nebylo-li jí rodné číslo přiděleno
- identifikační číslo, které podnikateli předělí rejstříkový soud; potřebná identifikační čísla sdělí rejstříkovému soudu příslušný orgán státní správy
- jméno a bydliště nebo firma a sídlo osoby, která je statutárním orgánem právnické osoby nebo jeho členem, s uvedením způsobu, jak jménem právnické osoby jedná, a den vzniku a zániku její funkce; je-li statutárním orgánem nebo jeho členem právnická osoba, též jméno a bydliště osob, které jsou jejím statutárním orgánem nebo jeho členem
- jméno a bydliště prokuristy, jakož i způsob, jakým jedná
- u právnické osoby identifikační číslo, pokud jí bylo přiděleno

- další skutečnosti, o kterých to stanoví právní předpis

2.1.8 Management

Anglicky „manage“ znamená řídit, obecně znamená určitý proces koordinace, řízení pracovních aktivit lidí tak, aby tyto aktivity byly provedeny účinně a efektivně, za určitý čas a jsou v souladu s cíli.

V dalším textu následují jiné definice managementu, jak ho charakterizují některé organizace či osobnosti. [9]

„Management je soubor přístupů, názorů, doporučení a metod, které vedoucí pracovníci (manažeři) užívají ke zvládnutí specifických činností (manažerských funkcí), směřujících k dosažení soustavy cílů organizace.“

Workshop on Capitalist and Socialist Organization – European Institute for
Advanced Studies in Management

„Management jsou typické činnosti, které manažer vykonává, jako je rozhodování, organizování, plánování, kontrolování, vedení lidí, koordinace, motivování, atd.“

K. Müller

„Management je proces optimalizace využití lidských, materiálních a finančních zdrojů k dosažení organizačních cílů.“

J. A. Pearce, R. B. Robinson

2.2 Malé a střední firmy

Malé a střední podniky jsou samostatnou hospodářskou jednotkou, které přispívají ke zlepšení ekonomiky státu a v dané lokalitě působnosti vytvářejí nové pracovní příležitosti a kulturu. V podnikatelské struktuře jsou malé a střední firmy nejvíce rozšířené a jenom v rámci Evropské unie tvoří 99,8% všech firem.

2.2.1 Hlediska pro vymezení malé a střední firmy

Nejčastěji používaným hlediskem je posuzování velikosti podniku ve statistickém pojetí, kde je za malou firmu považována ta, která má méně než 20 zaměstnanců a za firmu střední ta, která má maximálně 100 zaměstnanců.

Dle doporučení komise EU se pro klasifikaci podniků používají čtyři následující kritéria. Počet zaměstnanců, roční obrat, hodnota majetku a nezávislost.

	Počet zaměstnanců	Roční obrat	Hodnota aktiv (majetku)
Mikrofirma	Do 10	Do 2 mil. EUR	Do 2 mil. EUR
Malá firma	Do 50	Do 10 mil. EUR	Do 10 mil. EUR
Střední firma	Do 250	Do 50 mil. EUR	Do 43 mil. EUR

Dle pojetí zákona na podporu podnikání je shodné s předcházejícím členěním a vychází z doporučení Evropské komise. Údaje se vztahují k poslednímu uzavřenému účetnímu období a hodnota obratu a aktiv se přepočítává dle kurzu Evropské centrální banky ke konci roku. [8]

2.2.2 Výhody malého a středního podnikání

Založení malého či středního podniku má spoustu výhod oproti velkým gigantickým podnikům na trhu. Patří mezi ně například:

- založení není kapitálově náročné a vzhledem k nižším nákladům na řízení firmy je jejich organizační struktura jednodušší
- jsou schopny lépe a rychleji reagovat na všechny změny v oblasti trhu
- nižší administrativní náklady, náklady na energii a suroviny, na zaměstnance

- na lokálních trzích se uplatňují lépe, neboť mohou individuálně řešit potřeby zákazníků
- lepší vztahy a kontakty s vlastními zaměstnanci či zákazníky
- přerušit podnikání je jednodušší a rozhodování podnikatele je pružné

2.2.3 Nevýhody malého a středního podnikání

Nesmíme zapomenout, že malý a střední podnik má také svá úskalí a nevýhody, které jsou naopak výhodami velkých podniků. Jedná se například o tyto:

- neomezené ručení celým svým majetkem
- špatný přístup k cizímu kapitálu a nelze podnikat tam, kde jsou potřebné velké investice
- mají slabší pozici ve veřejných soutěžích a nemohou si dovolit zaměstnávat špičkové odborníky
- ohrožují velké společnosti a rychleji se mohou dostat do platební neschopnosti, než je tomu u velkých podniků
- jejich tržní podíl, technologický rozvoj není vysoký
- špatná dostupnost potřebných informací

2.3 Živnost

Dalším bodem, kterému bych se chtěla ve své práci věnovat, jsou živnosti. Živnost jako taková není činností pouze fyzických osob, respektive osob samostatně výdělečně činných, jak se někteří domnívají, ale také činnosti osob právnických.

V České republice je živnost upravena v Zákoně č. 445/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon) v plném znění. Ten definuje živnost jako soustavou podnikatelskou činnost, provozovanou samostatně, vlastním jménem a na vlastní zodpovědnost za účelem dosažení zisku.

Živnost se provozuje na základě živnostenského oprávnění, které vydává příslušný živnostenský úřad. Důležitou poznámkou by mohlo být, že ne všechno podnikání je živnostenské. Mluvím zde o tzv. podnikání neživnostenském, jedná se o činnosti, které neupravuje výše uvedený zákon a jejich provozování podléhá zvláštním předpisům. Tyto činnosti jsou uvedeny v § 3 živnostenského zákona, jedná se například o činnosti spojené s pronájmem nemovitostí, o činnost lékařů, lékárníků, stomatologů, přírodních léčitelů, klinických logopedů, veterinárních lékařů, advokátů, notářů atd.

Dle živnostenského zákona může živnost provozovat fyzická osoba, právnická osoba, fyzická osoba (právnická osoba) s bydlištěm (se sídlem) mimo území ČR, zahraniční fyzická osoba, která má povinnost mít pro pobyt na území ČR povolení a fyzická osoba, již byl udělen azyl nebo doplňková ochrana.

2.3.1 Druhy živnosti

Živnosti se podle zákona dělí na živnosti ohlašovací a koncesované. Pro provozování živnosti vydává živnostenský úřad výpis, na jehož základě podáváme žádost na zápis do OR a následuje zahájení podnikání.

2.3.1.1 Živnosti ohlašovací

Jedná se o živnosti, které jsou provozovány na základě ohlášení živnosti. Nevyžadují náročnost a přísnou regulaci ze strany státní moci, stačí, když podnikatel, který chce podnikat na základě ohlašovací živnosti, splní podmínky, které uvádí Živnostenský zákon. Živnost se pak provozuje od ohlášení živnosti nebo ode dne, který je v ohlášení uveden, jako den zahájení provozování živnosti.

Ohlašovací živnosti volné

U této živnosti podnikatel musí splňovat pouze všeobecné podmínky, kterými dle Živnostenského zákona § 6 odst. 1 jsou:

- dosažení věku 18 let

- způsobilost k právním úkonům
- bezúhonnost, která se prokazuje výpisem z Rejstříku trestů

Za bezúhonného se dle Živnostenského zákona § 6 odst. 2 nepovažuje ten, kdo byl pravomocně odsouzen:

- pro trestný čin spáchaný úmyslně, ať již samostatně nebo v souběhu s jinými trestnými činy, a byl mu uložen nepodmíněný trest odnětí svobody v trvání nejméně jednoho roku
- pro trestný čin spáchaný úmyslně, jestliže byl tento trestný čin spáchán v souvislosti s podnikáním, pokud se na něho nehledí, jako by nebyl odsouzen

Od 1. 7. 2008 existuje jedna volná živnost a v jejím rámci pak 80 oborů činností, které jsou upraveny v příloze č. 4, Živnostenského zákona.

Ohlašovací živnosti vázané

Jsou to živnosti, jejíž provozování je nezbytné splnění nejen všeobecných podmínek, ale také splnění zvláštních podmínek provozování živnosti, kterou je tzv. prokázání odborné způsobilosti.

Podmínky prokázání odborné způsobilosti pro živnosti vázané se nachází v Příloze č. 2 k zákonu č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.

Ohlašovací živnosti řemeslné

Řemeslné živnosti jsou obsaženy v Příloze č. 1 zákona o živnostenském podnikání. Při zahájení této živnosti musí podnikatel splnit jak všeobecné podmínky, tak podmínky zvláštní o odborné způsobilosti. Ta se podle ust. § 21 živnostenského zákona prokazuje dokladem o:

- řádném ukončení středního vzdělání s výučním listem v příslušném oboru vzdělání,

- řádném ukončení středního vzdělání s maturitní zkouškou v příslušném oboru vzdělání, nebo s předměty odborné přípravy v příslušném oboru,
- řádném ukončení vyššího odborného vzdělání v příslušném oboru vzdělání,
- řádném ukončení vysokoškolského vzdělání v příslušné oblasti studijních programů a studijních oborů, nebo
- uznání odborné kvalifikace, vydaným uznávacím orgánem podle zákona o uznávání odborné kvalifikace,
- ověření nebo uznání dosažené úplné kvalifikace pro příslušný obor na základě zákona o uznávání výsledků dalšího vzdělávání.

Odbornou způsobilost můžeme prokázat také doklady o odborné kvalifikaci, které osvědčují, že jsme danou činnost vykonávali v jiném členském státě Evropské unie po stanovenou dobu. Potřebné doklady a doba jsou stanoveny v § 21 odst. 2 živnostenského zákona. Tato průkaznost platí pro občany ČR nebo občany jiných členských států Evropské unie.

2.3.1.2 Živnosti koncesované

Živnosti, které vznikají a jsou provozovány na základě správního rozhodnutí. Při žádosti o koncesovanou živnost musí podnikatel splnit všeobecné podmínky, které jsou stejné jako u živnosti ohlašovací, dále podmínky odborné způsobilosti a podmínka získat koncesi.

Podnikatel může začít provozovat koncesovanou živnost v den nabytí právní moci rozhodnutí o udělení koncese. Seznam činností koncesované živnosti je obsažen v Příloze č. 3, Živnostenského zákona. [7] [11] [15] [17]

2.3.2 Odpovědný zástupce

Pokud fyzická či právnická osoba nesplňuje některé z podmínek pro účely podnikání, smí si stanovit svého odpovědného zástupce. Odpovědný zástupce

je fyzická osoba, která je k podnikateli ve smluvním vztahu a odpovídá za řádný provoz živnosti a za dodržování živnostenskoprávních předpisů. Musí se zúčastňovat provozování živnosti v potřebném rozsahu a musí splňovat všechny všeobecné i zvláštní podmínky. Tuto funkci nesmí vykonávat pro více než 2 podnikatele a nemůže být členem dozorčí rady či jiného kontrolního orgánu dané právnické osoby. Dále jim nemůže být fyzická osoba, u níž trvá překážka provozování živnosti nebo u které bylo živnostenské oprávnění zrušeno. [11] [15] [18]

2.3.3 Ukončení živnostenského oprávnění

Musíme rozlišovat mezi zánikem živnostenského oprávnění nebo zrušením či pozastavením živnostenského oprávnění, které činí živnostenský úřad.

Mezi příčiny zániku živnostenského oprávnění patří smrt podnikatele, pokud v dané živnosti nepokračují dědicové nebo správce dědictví nebo insolventní správce. Živnost mohou provozovat pouze určitou dobu, maximálně 6 měsíců po skončení řízení o dědictví. Dalším důvodem zániku živnosti je zánik právnické osoby. Dále uplynutím doby, pokud byla živnost stanovena na dobu určitou, výmazem zahraniční osoby nebo jejího předmětu podnikání z obchodního rejstříku. Dále stanoví-li tak zvláštní předpis či rozhodnutím živnostenského úřadu o zrušení živnostenského oprávnění.

Důvody pro zrušení oprávnění k provádění živnosti živnostenským úřadem jsou, jestliže podnikatel přestal splňovat podmínku způsobilosti k právním úkonům či podmínku bezúhonnosti, pokud to soud povolí, smí jménem podnikatele činnost dále provozovat jeho odpovědný zástupce. Dále pokud sám podnikatel o zrušení požádá nebo nastanou překážky provozování živnosti. Pokud byl zápis do živnostenského rejstříku na základě ohlášení proveden v rozporu se zákonem. Živnostenský úřad také může zrušit oprávnění k živnosti, pokud podnikatel závažným způsobem porušuje podmínky stanovené v živnostenském listě nebo koncesní listině. [15]

2.4 Právní forma podnikání

Než se člověk rozhodne založit malý a střední podnik, musí zvážit náročnost jednotlivých právních forem podnikání z hlediska kapitálové i administrativní. Je třeba zvážit i další skutečnosti, jako jsou například počet osob potřebných k založení, obtížnost založení, ručení či míru právní regulace a jiné. V obchodním zákoníku jsou stanoveny dvě základní formy podnikání. Podnikání jako fyzická nebo právnická osoba.

2.4.1 Fyzická osoba

Jednoduše řečeno je to člověk, lidská bytost, osoba, která podniká na základě živnostenského nebo jiného oprávnění. Fyzickou osobou je také osoba, která soukromě hospodaří jako zemědělec a je zapsána v evidenci a osoba zapsaná v obchodním rejstříku. Tato osoba podnik vede a řídí, pracuje sama v menším rozsahu, popřípadě s tichým společníkem. Dalo by se říci, že je fyzická osoba protikladem právnické osoby.

Zápis do obchodního rejstříku není pro fyzickou osobu povinný. Osoba se zapisuje, pouze pokud splní podmínky uvedené v živnostenském zákoně 455/1991 Sb. nebo pokud o zápis sama zažádá. [13] [18]

2.4.2 Právnická osoba

Právnická osoba je sdružení osob nebo majetku. Má svou právní subjektivitu a jejich činnost upravuje obchodní zákoník, ale také i zákoník občanský. Dle obchodního zákoníku 513/1991 Sb. jsou tyto společnosti založené za účelem podnikání, nestanoví-li právo Evropských společenství či zákon jinak. Dělí se na osobní společnosti, kapitálové společnosti a družstva. Zakládat společnost smí jak fyzické, tak právnické osoby. Pokud společnost zakládá jediný zakladatel (např. u akciové společnosti), uzavře se tzv. zakladatelská listina, v případě, že ji uzavírá více zakladatelů (komanditní společnost a veřejná obchodní společnost), zakládá se společnost na základě zakladatelské smlouvy.

2.4.2.1 Osobní společnosti

Osobní společnosti se jmenují proto, že účast na jejich řízení je spojena s osobní účastí podnikatelé. Společníci osobních společností ručí za závazky společnosti neomezeně.

Komanditní společnost

Tato společnost je nejstarší obchodní společností a do poloviny 19. století se v českých zemích mluvilo o tzv. „tajné společnosti“ nebo o „tiché společnosti“. Dnes ji upravuje § 93 – 104e zákona č. 513/1991 Sb., obchodního zákoníku.

Název neboli firma společnosti musí obsahovat označení „komanditní společnost“ nebo stačí zkratka „kom. spol.“ nebo „k. s.“. Komanditní společnost může být založena nejméně dvěma zakladateli, jedním komanditistou a jedním komplementářem. Společnost vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku a zaniká jejím vymazáním z tohoto rejstříku.

Komanditista

Musí vložit do společnosti vklad nejméně 5 000 Kč. Jeho datum splatnosti udává společenská smlouva. Za závazky společnosti ručí do výše svého nesplaceného vkladu zapsaného v obchodním rejstříku. Komanditista pouze dohlíží na hospodaření společnosti, společnost neřídí, a pokud tato osoba zemře, společnost se nezrušuje.

Komplementář

Komplementáři jsou statutárním orgánem společnosti. K obchodnímu vedení jsou oprávněni pouze oni. V ostatních záležitostech rozhodují komplementáři společně s komanditisty většinou hlasů, pokud to spol. smlouva nestanoví jinak. Komplementáři ručí za závazky společnosti celým svým majetkem. Komplementářem může být pouze osoba, která splnila všeobecné podmínky pro provozování živnosti podle zvláštního právního předpisu a u níž není dána překážka v provozování živnosti stanovená zvláštním právním předpisem bez ohledu na předmět podnikání

společnosti. Podává návrh na výmaz z obchodního rejstříku. Pokud tento společník zemře, společnost se zrušuje.

Společnost nemá ze zákona povinnost vytvářet rezervní fond. Zisk společnosti se dělí na dva díly poměrem uvedeným ve společenské smlouvě, pokud tak není uvedeno, dělí se na polovinu. První část, která připadá společnosti, se po zdanění rozdělí mezi komanditisty podle poměru, určeném ve společenské smlouvě, jinak v poměru splacených vkladů. Komplementáři si dělí zisk rovným dílem, pokud společenská smlouva nestanoví jinak. [2] [7] [13] [16] [18]

Veřejná obchodní společnost

Dle zákona 513/1991 SB., obchodního zákoníku, § 76 až 92, který veřejnou obchodní společnost upravuje, je veřejnou obchodní společností společnost, ve které alespoň dvě osoby podnikají pod společnou firmou a ručí za závazky společnosti společně a nerozdílně. Firma musí obsahovat označení „veřejná obchodní společnost“ nebo zkratky „veř. obch. spol.“ či „v. o. s.“. Pokud název obsahuje jméno společníka, postačí dodatek „a spol.“. Společnost je založena na základě společenské smlouvy, vzniká dnem zápisu do Obchodního rejstříku a zaniká jejím výmazem.

Práva a povinnosti společníků se řídí společenskou smlouvou. K její změně musí souhlasit všichni společníci, pokud to nestanoví zákon jinak. Společník musí splatit svůj vklad do doby stanovené ve společenské smlouvě, jinak bez zbytečného odkladu po vzniku společnosti, popřípadě po vzniku své účasti ve společnosti. Pokud tak neučiní, musí splatit úrok z prodlení ve výši 20% z dlužné částky, pokud to není ve společenské smlouvě uvedeno jinak.

Statutárním orgánem společnosti jsou všichni společníci, pokud to společenská smlouva nestanoví jinak. Pokud je teda statutárním orgánem více společníků, je každý společník oprávněn jednat samostatně jménem společnosti, pokud to ve společenské smlouvě není jinak uvedeno. Veřejná obchodní společnost je ze zákona povinná vytvářet rezervní fond. Zisk se ze zákona dělí rovným dílem, pokud společenská smlouva nestanoví dělení jinak. Společnost zaniká výmazem z obchodního rejstříku. [7] [13] [16] [18]

2.4.2.2 Kapitálové společnosti

U těchto společností není účast společníků na řízení nutná. Zakladatele těchto společností mají povinnost vložit do společnosti vklad a jejich ručení za závazky společnosti je buď neomezené, nebo žádné.

Akciová společnost

Akciová společnost patří k nejrozšířenějším formám podnikání a dle obchodního zákoníku je akciovou společností ta, jejíž kapitál je rozdělen na obchodovatelné akcie, které se kupují a prodávají na kapitálových trzích. Nákupem akcie se každý může stát podílníkem akciové společnosti (akcionářem). Tento cenný papír dává svému majiteli, akcionáři, právo na řízení společnosti hlasovacím právem na valné hromadě, na výplatu dividendy ze zisku společnosti či likvidačním zůstatku při zániku společnosti, čímž získává část celkové hodnoty společnosti, právo na dividendy a hlas na valné hromadě společnosti. Za ztráty společnosti ručí pouze svým podílem. Firma (název společnosti) musí obsahovat označení „akciová společnost“ nebo zkratky „akc. spol.“ či „a. s.“.

Společnost může být založena nejméně jednou PO nebo dvěma FO. Vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku a to na základě veřejné nabídky akcií, jejíž základní kapitál musí činit nejméně 20 000 000 Kč nebo založení bez veřejné nabídky akcií a to se základním kapitálem minimálně 2 000 000 Kč. Akciová společnost zaniká výmazem z obchodního rejstříku.

Nejvyšším orgánem akciové společnosti je valná hromada, která je shromážděním všech akcionářů, kteří mají určitý počet hlasů na této valné hromadě, dle vlastnění počtu akcií v této společnosti. Valná hromada schvaluje rozdělení zisku společnosti a její účetní závěrku. Statutárním orgánem akciové společnosti je představeno. Představenstvo řídí společnost, vede účetnictví a operativně rozhoduje za společnost. Má nejméně 3 členy (existuje výjimka u jediného akcionáře společnosti), které volí či odvoláváno valná hromada společnosti. Třetím orgánem akciové společnosti je dozorčí rada, která dohlíží na činnosti představenstva a kontroluje účetnictví. Její členové jsou stejně tak, jako členové

představenstva volení a odvolávání valnou hromadou. Oba tyto orgány se volí na dobu pěti let. [4] [7] [13] [16] [18]

Společnost s ručením omezeným

Dalo by se říci, že charakter společnosti s ručením omezeným balancuje na hranici mezi kapitálovou a osobní společností. Kapitálovou vzhledem k jejímu povinnému vytvoření základního kapitálu a osobní z hlediska ručení společníků, omezení převoditelnosti podílu či maximální počet společníků ve společnosti, který činí 50. Může být založena jedním společníkem na základě zakladatelské listiny. Společnost vzniká dnem zápisu do obchodního rejstříku a opět zaniká výmazem z tohoto rejstříku. Ze zákona musí činit její základní kapitál minimálně 200 000 Kč, přičemž jeden společník může vložit minimálně 20 000 Kč. Tento vklad může být i nepeněžité formy, ale pak musí být oceněn soudním znalcem.

Za závazky společnosti ručí společnost celým svým majetkem, u společníků je to pak společně a nerozdílně do výše souhrnu nesplacených vkladů všech společníků. Ručí tedy i společník, který už má svou část vkladu splacenou, pokud zbylí společníci ještě nesplatili své vklady. [18]

Povinnosti společníků:

- vkladová povinnost na základním kapitálu,
- příplatková povinnost (jedná se o rozšiřování základního kapitálu společnosti)
- povinnost plnění rezervního fondu (nad rámec stanovený obchodním zákoníkem)
- povinnost loajality (udržení tajemství či informací týkajících se společnosti).

Práva společníků:

- právo podílu na zisku (po jeho rozdělení)

- právo na vypořádacím podílu (při odchodu jednoho společníka)
- právo na likvidačním zůstatku (při zániku společnosti)
- právo podílet se na řízení společnosti
- právo na informace (týkající se nahlížení do dokladů atd.)
- právo žalovat jménem společnosti dle § 131a
- minoritní práva (svolání valné hromady)

Práva a povinnosti společníku jsou nerovnoměrně rozděleny, záleží na majetkové účasti společníků na společnosti.

Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, která se koná nejméně dvakrát ročně, schvaluje rozdělení zisku či účetní závěrku. Dalším orgánem společnosti s ručením omezeným je dozorčí rada. Její vytvoření není povinné, dohlíží na činnost jednatelů a předkládá své zprávy valné hromadě. Statutárním orgánem společnosti je jeden či více jednatelů, které vybrala valná hromada. [3] [7] [13] [16] [18]

2.4.2.3 Družstvo

Dříve nazýváno jako společenstvo, je to druh právnické osoby, který je podobný obchodní společnosti. Družstvo je upraveno Zákonem č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, Hlava II., § 221 až 260. Je to společenství neuzavřeného počtu osob za účelem podnikání či zajišťování hospodářských, sociálních, bytových či jiných potřeb svých členů. Firma musí obsahovat slovo „družstvo“. Založit družstvo může minimálně pět FO nebo dvě PO. Družstvo ručí za své závazky celým svým majetkem, jeho členové za závazky neručí. Nejvyšším orgánem družstva je členská schůze. Statutárním orgánem je představenstvo, za které většinou může jednat jeho předseda nebo místopředseda. Dalším orgánem je kontrolní komise, která je oprávněna kontrolovat všechnu činnost družstva a projednávat stížnosti jejích členů. Odpovídá členské schůzi a má nejméně 3 členy. Družstvo vzniká a zaniká stejně jako obchodní společnosti, zápisem či výmazem z Obchodního rejstříku. [13] [14] [16]

2.5 Podnikatelský plán

Pod pojmem podnikatelský plán se rozumí koncepce existence podniku. Měl by zahrnovat důležité prvky podnikání, jako jsou například cíle a strategie podniku, jeho podnikatelský záměr, jeho přednosti, dále vymezení trhu, cílových skupin a konkurentů. Plánují se obraty, hospodářský výsledek a rozdělení financování.

Vypracování dobrého a správného podnikatelského plánu (podnikatelského záměru) je důležité pro získání financí na vznik podniku či další rozvoj již existujícího. Je tomu tak, protože na základě podnikatelského plánu se banky rozhodují o zapůjčení financí na kapitál při zahájení činnosti podniku nebo rozvoj podniku ve formě bankovních úvěrů. Neméně důležitými jsou finanční zdroje soukromých a institucionálních investorů, ve formě rizikového kapitálu. Nesmíme zapomenout na příspěvky ze státních fondů či fondu Evropské unie. Není takřka možné získat jakékoliv finanční prostředky třetích osob bez tohoto plánu. Ten musí být velmi realistický, věcný a přesvědčivý. Především musí obsahovat veškeré konkurenční výhody, na které se poskytovatelé kapitálu soustředují nejvíce. Musí být dobře promyšlený a perspektivní, pravdivý a srozumitelný. Jeho jednotlivé části musí být sladěny, musí být důvěryhodný a kvalitně zpracovaný. Je zřejmé, že čím vyšší riziko bude s podnikáním souviset, bude třeba i většího kapitálu, tím více musí být tento plán realističtější a dokonalejší.

Podnikatelský plán není pouze papírem, na jehož základě se dostane podniku potřebného kapitálu, ale je také důležitým řídicím dokumentem pro jeho zakladatele. Slouží k uspořádání a představení podnikové koncepce. Nutí zakladatele podniku dohodnout se na určitých cílech a strategiích. Zakladatelé tedy mají možnost si vše přesně promyslet a prozkoumat a následně tento plán srovnat se skutečností, která při činnosti podniku nastala.

Struktura podnikatelského plánu není přesně stanovena. Záleží na podniku a na jeho investorech, které informace jsou pro ně důležité. Například jaké bude mít daný podnik cíle, jaký je jeho management (této části přikládají váhu zejména banky) - tento aspekt je důležitý, protože právě úspěch podnikatelského projektu závisí na dovednostech a schopnostech vedení podniku, kteří tuto podnikatelskou koncepci

uskutečňují. Dále jaký bude poskytovaný produkt či služba, jaké budou výnosy nebo rizika a další. [14]

Části podnikatelského plánu

Dle studijního materiálu pro Vysokou školu ekonomickou v Praze, Fakultu podnikohospodářskou, napsanou Jitkou Srpovou a kolektivem, by měl podnikatelský plán obsahovat následující části: [10]

1. Shrnutí - Jedná se o stručné shrnutí nejdůležitějších bodů, nejedná se o úvod a musí být napsané tak, aby čtenáře zaujal a nalákal ho ke čtení dalších kapitol. Měl by obsahovat informace o podnikatelském záměru, faktory úspěchu, podnikové cíle, ekonomické cílové veličiny a potřeby kapitálu.
2. Profesní a osobní údaje o vlastnících firmy – Jak je uvedeno výše, jedná se o informace o vedení podniku, které jsou pro banky a investory velice důležité, z již výše uvedeného důvodu. Tato část by měla obsahovat vedení podniku, organizační strukturu, ostatní zaměstnance a poradce.
3. Popis podnikatelské příležitosti – jednoduše řečeno, v čem vidíme podnikatelskou příležitost. Zde je například popis výrobku nebo služby, užitek pro zákazníka a konkurenční výhody.
4. Majetkoprávní vztahy související s projekty
5. Technicko-technologická část projektu
6. Dodavatelské zajištění realizace projektu
7. Vstupy projektu – materiálové vstupy a energie – Jaké materiály a suroviny budeme pro výrobu potřebovat. Při výběru tohoto materiálu musíme brát v úvahu, v jaké kvalitě materiál je, jaká vzdálenost je mezi naší výrobnou a danými zdroji, jak jsou tyto zdroje dostupné, zda je možná jejich substituce, za jakou cenu a jaká je míra rizika při jejich zabezpečování.
8. Postavení firmy na trhu, konkurence, marketing – Vše to, co se týká marketingového plánu, například analýza okolí podniku, definice celkového a cílového trhu, průzkum trhu, určení konkurence, průzkum předností a

nedostatků konkurentů, pojetí marketingu, marketingové cíle, cenová politika atd.

9. Zabezpečení prodeje

10. Finanční plán – Předpokládané výnosy, náklady, finanční výkazy, jako je plán peněžních toků Cash-flow, plánovaný výkaz zisků a ztrát, plánovaná rozvaha.

11. Hlavní předpoklady úspěšnosti projektu, rizika projektu – Analýza SWOT a rizika projektu

12. Přílohy

2.5.1 Marketingový plán

Pro přiblížení marketingové části podnikatelského plánu se zaměříme především na marketingové strategie, na nástroje marketingového mixu, kterými podnik dosahuje svých stanovených cílů. Nejčastěji jsou nazývány jako „4P“ – jedná se o produkt, cenu, distribuci a propagaci. V další části práce se budeme věnovat pouze jednotlivým položkám 4P, avšak v praxi je toto rozdělení nevhodné pro určité služby či specifické produkty. Proto rozlišujeme ještě další dvě skupiny. První z nich je tzv. „7P“, která obsahuje kromě již výše uvedených čtyř složek také materiální prostředí, lidi a procesy. Druhá skupina je nazývaná jako „8P“, která je používána pro oblast cestovního ruchu.

2.5.1.1 Produkt (Produkt)

Produktem můžeme rozumět jakoukoli vyrobenou věc, výtvar, jakousi vytvořenou hodnotu, poskytnutou službu či nějaký výsledek činnosti, který vede k uspokojení zákazníka. V této části se jedná o tzv. výrobní strategie, do kterých patří koncepce produktu a životní cyklus výrobku (vývoj, zavádění, růst, zralost, pokles). Důležité je stanovit šíři a hloubku sortimentu, jestli budeme vyrábět pouze jednu variantu z každého produktu nebo více odlišných barvou, kvalitou atd.

Následně musíme upřesnit nějaký návrh výrobku, případně sestavit nějaký prototyp a rozhodnout o způsobu balení a službách souvisejících s výrobkem. [5]

Koncepce výrobku

Jedná se o rozdělení výrobku do třech vrstev, mezi které patří jádro, reálný a rozšířený produkt.

Jádro je to, pro jaký účel či užitek je produkt přímo vyroben, je to tedy samotná podstata výrobku.

Reálný produkt – kvalita, design, značka, obal

Rozšířený produkt – ostatní doplňky, jako je například servis, záruka, technická podpora, splátky, dodání, montáž apod.

2.5.1.2 Cena (Price)

Cena je důležitým prvkem pro podnik, neboť je jejím jediným příjmem. Stanovení ceny produktů musíme věnovat velkou pozornost, neboť nepřiměřená cena může způsobit nepříznivou finanční situaci a to z obou hledisek. Při stanovení nízké ceny, kdy náklady na tyto výrobky jsou vyšší nebo naopak při stanovení příliš vysoké ceny, při které nesouhlasí kvalita výrobků, ztratí podnik své zákazníky a opět se může dostat do platební neschopnosti. V dnešní době se používají čtyři základní druhy cenové strategie a to: orientaci na nízké náklady, na výrobu zboží s unikátními vlastnostmi, kombinaci obou předchozích přístupů a strategii přizpůsobování.

Postup při stanovení ceny nového výrobku: [1]

1. provedení komplexní analýzy – segmentace, cílové trhy, positioning
2. rozhodnutí o marketingovém mixu – definování výrobků, distribuce, komunikace
3. odhad křivky poptávky – jak se mění požadované množství se změnou ceny
4. výpočet náklad – fixních i variabilních

5. porozumění faktorům majícím vliv na rozhodování o ceně (analýza bodu zvratu)
6. stanovení cenových faktorů
7. výběr cenové strategie
8. výběr cenové metody, struktury, stanovení slev
9. vymezení ceny [1]

2.5.1.3 Distribuce (Place)

Jedná se o umístění či doručení produktu na trh, zjednodušeně řečeno - nejlepší cesta pro doručení produktu ke spotřebiteli. Hlavními cíli distribuce je minimalizace jejich nákladů, kterými jsou například náklady na dopravu, na skladování, na administrativu, na komunikaci v distribučním řetězci či náklady na přepravní a skladovací obaly.

Rozlišujeme dva základní typy distribučních cest a to přímé a nepřímé distribuční cesty. V přímé distribuční cestě jde produkt od výrobce přímo ke spotřebiteli. V druhém případě, při nepřímé distribuční cestě je mezi výrobcem a spotřebitelem jeden nebo více distribučních článků.

2.5.1.4 Propagace (Promotion)

Propagace je též označována jako komunikační strategie či marketingová komunikace. Zanedbání tohoto prvku marketingového mixu vede k neúspěšnému prodeji zboží a to díky tomu, že se zákazníkům nedostalo potřebných informací. Propagace má za úkol vyvolat zájem potenciálních zákazníků o náš produkt, udržet si nynější zákazníky a přitáhnout další nové. Mezi nástroje marketingové komunikace patří reklama, public relations, přímý marketing, osobní prodej a podpora prodeje. [1] [6]

3 Založení společnosti s ručením omezeným

Jednoho dne jsme se s mým kamarádem Zbyňkem Polónym rozhodli, že si založíme společnou restauraci. Zbyněk je vyučený v oboru kuchař, číšník a ve sféře pohostinství pracuje již 10 let. Zbyněk pracoval jako vedoucí směny a ve své práci do budoucna neviděl žádné přínosy ani postupy na vyšší pozice, tak se rozhodl, že má dostatek svých zkušeností, aby se postavil sám na vlastní nohy a založil si svou restauraci. Jelikož nemá dostatečné znalosti po stránce vedení, administrativních činností a účetnictví, rozhodl se požádat o pomoc mě. Studuji 3. rokem VŠB-TUO, Ekonomickou fakultu, obor Management. Ve Zbyňkově nabídce jsem viděla velkou příležitost a první krok k uskutečnění mého snu, vést svou vlastní restauraci, a proto jsem se rozhodla jeho nabídku přijmout.

Dle zákona č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání patří vedení restaurace do živností řemeslných, do oblasti hostinské činnosti. Abychom mohli danou činnost provozovat, musíme splňovat nejen podmínky všeobecné, ale také podmínky zvláštní o odborné způsobilosti. V mém případě podmínky zvláštní odborné způsobilosti splněny nejsou. Zbyněk všechny tyto podmínky splňuje, a proto bude našim odpovědným zástupcem.

Za formu podnikání jsme si zvolili společnost s ručením omezeným, neboť se jedná o nejrozšířenější a nejjednodušší formu kapitálových společností. Takto jsme se rozhodli také z důvodu nízké administrativní náročnosti a minimální výše základního kapitálu. Jako společníci společnosti s ručením omezeným budeme za závazky spojené s naším podnikáním ručit společně a nerozdílně do výše nesplacených vkladů všech společníků, podle zápisu v obchodním rejstříku. Pro naše účely jsme se dohodli na vkladu 600 000 Kč. Každý z nás, ze společníků, upíše 300 000 Kč. Zbyněk Polóny bude také správcem vkladu, který bude spravovat vklady do vzniku společnosti.

3.1.1 Potřebné dokumenty

Celý proces založení společnosti s ručením omezeným začíná na valné hromadě, kde se sejdou všichni zakladatelé společnosti, v našem případě se jedná o Zbyňka Polónyiho a mou osobu, Veroniku Peškarovou, a notář, který provede z ustanovující valné hromady zápis. Ustanovující valná hromada společnosti PANORAMA, s. r. o. se bude konat dne 1. 7.2010. Funkci jmenovatele bude vykonávat Veronika Peškarová, která je svým **Podpisovým vzorem** (Příloha č. 1) prohlášena za jednatelku společnosti. Vklady obou společníků budou splaceny již před vznikem společnosti, v peněžní formě. Společníci podepíší **Společenskou smlouvu** (Příloha č. 2) a **Nájemní smlouvu** (Příloha č. 3) na nebytové prostory na adrese Havlíčkovu náměstí 6170, Ostravě-Porubě 708 00. Společník Zbyněk Polónyi podepíše dokument o **Čestném prohlášení správce vkladu** (Příloha č. 4) a Veronika Peškarová podepíše **Čestné prohlášení jednatele** (Příloha č. 5). Poslední dokument předložený a podepsaný na ustavující valné hromadě je **Souhlas s umístěním sídla obchodní společnosti** (Příloha č. 6).

Dne 9. 7. 2010 musíme podat **Jednotný registrační formulář pro právnické osoby** (Příloha č. 7) na příslušném živnostenském úřadě, který sídlí na adrese, Prokešovo náměstí 8, Ostrava 729 30. Formulář je zjednodušená forma ohlášení živnosti, která v sobě zahrnuje registraci vůči finančnímu úřadu, správě sociálního zabezpečení, úřadu práce a zdravotní pojišťovně.

Závazné přílohy ohlášení živnosti jsou uvedeny v § 46 živnostenského zákona: **Výpis z rejstříku trestů odpovědného zástupce** (příloha č. 8), doklad o zaplacení správního poplatku 1 000 Kč za každou ohlašovací živnost, doklady o odborné způsobilosti odpovědného zástupce, **čestné prohlášení odpovědného zástupce** (příloha č. 9) a souhlas o nájmu nebytových prostor. V případě splnění všech náležitostí je do 5 dnů od Ohlášení živnosti proveden zápis do živnostenského rejstříku a vydán výpis. Dne 14. 7. 2010 vznikne živnostenské oprávnění, avšak na základě tohoto oprávnění podnik ještě nemůže zahájit svou činnost.

Dalším krokem je podání **Návrhu na zápis do Obchodního rejstříku** (Příloha č. 10), který učiníme dne 19. 7.2010 u příslušného Krajského úřadu. Správní

poplatek na zápis do Obchodního rejstříku činí 5 000 Kč. S žádostí na zápis musíme podat následující přílohy: Společenská smlouva, prohlášení správce vkladu, výpis z živnostenského rejstříku, nájemní smlouva, výpis z rejstříku trestu jednatele, podpisový vzor jednatele, čestné prohlášení jednatele, doklad o splacení vkladů společníků.

Ke dni 23. 7. 2010 budeme zapsáni do Obchodního rejstříku, obdržíme usnesení o zápisu, kde bude uvedené naše Identifikační číslo (IČ 88570660). Od tohoto okamžiku jsme oprávněni začít podnikat.

Dne 26. 7. 2010 podáme **příhlášku k registraci** (Příloha č. 11) na příslušném Finančním úřadě. Na základě této registrace nám bude přiděleno daňové identifikační číslo (DIČ CZ88570660). Téhož dne podáme **změnový formulář** (Příloha č. 12) na živnostenský úřad, ve kterém bude oznámeno přidělení IČ a datum vzniku oprávnění k podnikání.

Do 3 měsíců ode dne vzniku společnosti musí být svolána valná hromada, která se bude konat dne 12. 8. 2010, na které dojde ke schválení jednání učiněných před vznikem společnosti. Dokumenty týkající se řádné valné hromady jsou: **Pozvánka na valnou hromadu** (Příloha č. 13) poslána dne 27. 7. 2010, **Listina přítomných** (Příloha č. 14), Zápis z valné hromady.

4 Podnikatelský záměr

Výsledkem mého podnikatelského záměru bude komplexně představený podnik, který hodlám se svým kamarádem Zbyňkem založit. Podnikatelský plán se skládá z jednotlivých menších celků, z kterých budeme při našem vedení restaurace v budoucnu vycházet.

4.1.1 Popis, charakteristika a cíle podnikání

Jako oblast podnikání jsme si vybrali pohostinství - restauraci, protože jak je známo, láska prochází žaludkem a Češi jsou národ, který má rád dobré a kvalitní pokrmy. Naší hlavní činností je vařit, péct, smažit a připravovat nejrůznější druhy jídel, od domácí kuchyně po exotické speciality, z denně čerstvých a nejkvalitnějších surovin. Další činností je příprava a podávání teplých i chlazených nápojů, destilátu, dezertů a salátů. Naše restaurace nebude nabízet pouze příjemné místo k posezení u výtečného obědu, večeře či svačiny, ale bude také místem, kde budou zákazníci trávit volné chvíle se svými přáteli s šálkem ledové či horké čokolády nebo kávy, které budeme nabízet ve velmi různorodé nabídce. V pěkných letních dnech bude našim zákazníkům k dispozici i venkovní terasa.

Nejdůležitějším a zároveň našim hlavním cílem je uchycení se na trhu, získání dobrého jména, stálou a spokojenou klientelu. Mezi dalšími neméně důležité cíle jsou například dosažení finanční stability a vytvořit dobré vztahy se svými dodavateli surovin.

Při rozhodování o jméně a umístění naší restaurace jsme měli hned jasno. Vybrali jsme název Panorama, který se pojí k dané lokalitě. Restaurace PANORAMA se nachází pod mnohopatrovým domem, nejvyšší budovou v Porubě, uprostřed klidného parku. Dle našeho názoru je Poruba nejklidnější a nejkrásnější částí Ostravy. Tato ideální oblast disponuje velkým množstvím firem, obchodů a vysokou frekvencí návštěv potenciálních zákazníků. To vše zaručuje tak zvaný „porubský bulvár“ neboli Hlavní třída.

Název společnosti: **PANORAMA, s. r. o.**

Sídlo společnosti: **Havlíčkovo náměstí 6170, Ostrava-Poruba 708 00**

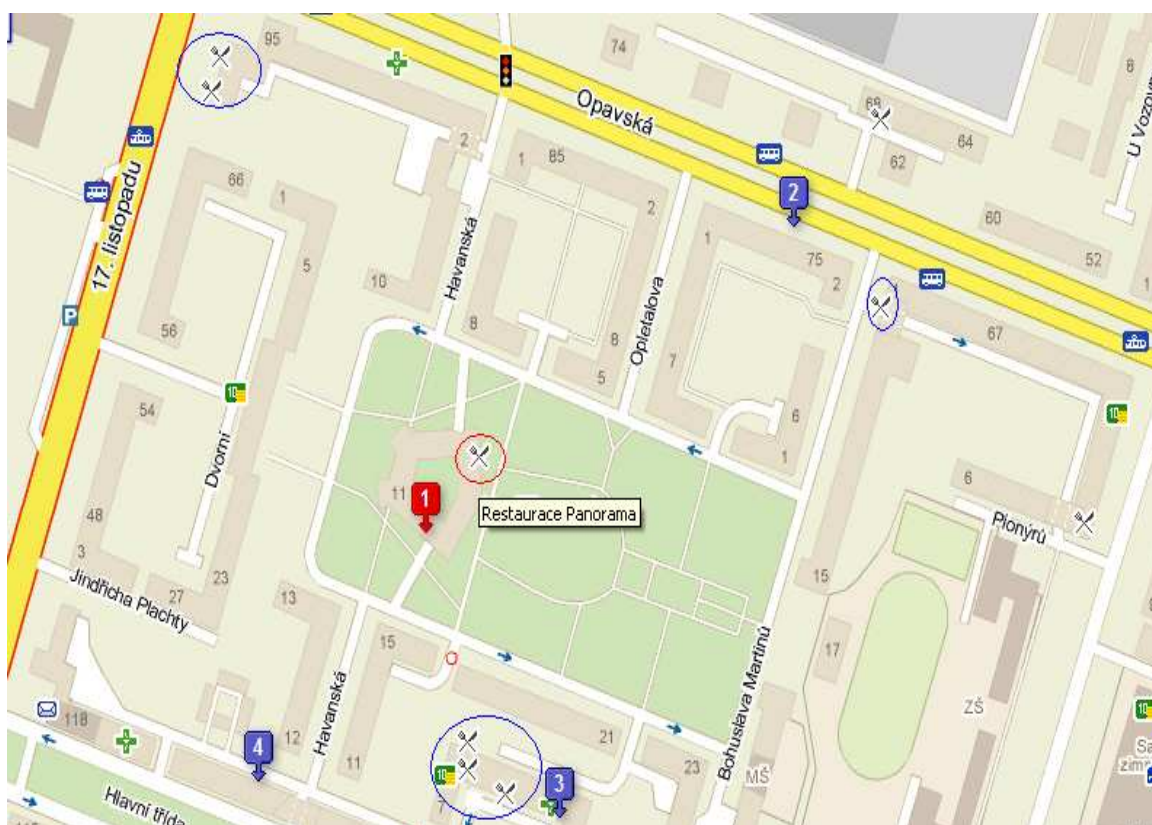
Výhody umístění:

- Frekventovaná lokalita
- V blízkosti vysoké a střední školy
- V blízkosti Hlavní třídy
- Vysoká hustota osídlení

Nevýhody umístění:

- Poloha mimo centrum města
- Vysoká konkurence – 6 restaurací v okolí, pouze jedna zaměřená na stejnou tematiku jako my

Poloha restaurace PANORAMA



Pozn.: Červený kroužek udává umístění Restaurace PANORAMA,
modré kroužky představují konkurenci v okolí do 0,5 km.

4.1.2 Analýza okolí firmy

Analýza okolí firmy je pro podnik důležitým faktorem. Jedná se o analýzu vnějšího okolí, protože analyzujeme prostředí, které bude na naše podnikání působit zvenčí. Do této analýzy patří analýza konkurence, potencionálních zákazníků, dodavatelů surovin a zboží, ale také analýza vládních a technologických sektorů.

4.1.2.1 Obecné faktory

Socioekonomický sektor

Jedná se o ekonomické, ekologické, sociální a klimatické faktory, které na náš podnik působí. Z hlediska klimatických faktorů se jedná o počasí. Největší příliv zákazníků můžeme očekávat za slunečného počasí při mírných teplotách. Při vysokých teplotách se lidé spíše zdržují na koupalištích a naopak v dlouhých deštivých obdobích zůstanou raději v teple domova. V případě ekologických faktorů se budeme snažit používat suroviny a zboží ve vratných, recyklovatelných obalech. Z hlediska ekonomické sféry se jedná především o stávající ekonomickou krizi, která negativně ovlivňuje celý trh a světové ekonomiky. Důsledkem je rostoucí počet nezaměstnaných, a proto si lidé nemohou dovolit utrácet peníze za drahá jídla v restauracích a každý se snaží ušetřit co nejvíce peněz.

Technologický sektor

Technologie a inovace jsou v dnešní moderní době velmi důležitým faktorem, neboť v jejich rámci zajišťujeme naší společnosti konkurenční výhody. Budeme se snažit sledovat nové technické postupy v rámci obsluhy, naši zaměstnanci budou postupovat různé odborné školení a kurzy. Také výběr dodavatelů surovin, které budeme zpracovávat a vytvářet tak námi prezentované produkty, je velmi důležitý.

Vládní sektor

Vládní politika ovlivňuje každý obor podnikání, každého podnikatele různými vyhláškami, zákony či nařízeními. Mezi faktory ovlivňující naši restauraci patří například výše DPH, spotřební daně, minimální výše mezd, zákonem stanovený rozsah pracovní doby, daň z příjmu vyhlášky Ministerstva zdravotnictví o hygienických předpisech, protipožární normy a jiné. Mezi normy, které musíme splňovat, patří především ISO 22000, HACCP, GMP, IFS nebo BRC. Tyto normy stanovují pravidla pro bezpečnost potravinářského nebo krmivářského řetězce.

4.1.2.2 Oborové sektory

Sektor konkurence

Ostrava má mnoho oblíbených a známých restaurací a ještě více malých rodinných podniků, kde se lidé chodí rádi najíst a napít. V nejbližším okolí našeho podniku je šest dalších potencionálních konkurentů z oblasti gastronomie. Například jedna z blízkých restaurací je Asia bar či pivnice Slovan. Ale ani jednu z těchto dvou restaurací nevnímáme jako přímou konkurenci, jelikož jsou zaměřeny na prodej jiného druhu zboží. Další nepřímou konkurenci je restaurace La Puebla, která se specializuje pouze na všechny druhy palačinek. Dále by stály za zmínku dvě konkurenční restaurace, Modrý pomeranč a restaurace Ellas. Avšak největší konkurenci spatřujeme v restauraci Centrum, která se nachází přímo na Alšovém náměstí. Tento podnik nabízí zákazníkům velice podobný sortiment jako naše restaurace. Je zaměřen na stejnou tematiku, a proto se budeme snažit odlišit cenami, kvalitou a originalitou nabízených produktů, úrovní obsluhy, jejich znalostmi v oboru, ochotou a rychlostí, které potencionální zákazníci hodnotí především.

Sektor dodavatelů

Při výběru dodavatelů musíme zvážit všechna pro a proti. V oblasti dodavatelů podniků provozujících hostinskou činnost existuje velká konkurence, to by mělo dodavatelské firmy přimět ke spolupráci s námi a zároveň tlakům přizpůsobit

se našim požadavkům. Nejdůležitějším faktorem v dodavatelském vztahu je vzájemná spokojenost a řádné a včasné plnění dodacích lhůt a rozšiřování nabídky produktů v portfoliu dodavatele. Mezi naše nejdůležitější dodavatele řadíme:

Pivovar Radegast, a. s., který je naším hlavním dodavatelem piva. Pivovar vaří pivo od roku 1970 a je nejmladším a nejmodernějším pivovarem v České republice. Od roku 1999 je součástí největší pivovarské skupiny v ČR společnosti Plzeňský prazdroj, a. s. Pyšní se mnoha různými osvědčeními a certifikáty jako jsou například Mezinárodní ocenění za kvalitu nebo ekologický certifikát ISO 14001. Kromě jiného nabízí také širokou škálu nejrůznějšího zařízení a vybavení pro restaurace, jako jsou například narážecí hlavy, sklenice na piva, ubrusy, popelníky a podtácky, tabule, výčepní či chladicí zařízení, služby nebo údržbu a jiné. Za uzavření smlouvy na pravidelné odběry jejich hlavního produktu, piva Radegast, jednou týdně nám firma poskytla bonusy ve formě výše uvedených vedlejších produktů. [20]

Prodotti Moretto Italy je tradiční italská firma působící na trhu od roku 1928. Nabízí 22 druhů horkých čokolád, 7 druhů ledových čokolád, například višně, nugát, oříšek, pomeranč, máta, kokos či bílá čokoláda. Dále citrónové, vanilkové či kávové horké krémy a 19 druhů frappé. Podnik také nabízí další doplňkové propagační materiály, například menu karty, porcelánové hrníčky Morreto, skleněné hrníčky na čokoládu a frappé s logem Morreto, dřevěné zásobníky na sáčky s čokoládou či frappé. Všechny tyto doplňky jsme od firmy dostali jako reprezentační dar. Nejdříve zjistíme, které druhy si zákazníci objednávají nejvíce, podle toho stanovíme objednávky. Produkty budeme odebírat jednou měsíčně. [19]

MAKRO Cash & Carry ČR, s. r. o. je dodavatelem všech našich potravinářských výrobků a nepotravinářského zboží. Potraviny jako jsou knedlíky, rýže, a jiné produkty používané jako příloha k jídlu nebo ovoce, zelenina, tyčinky, chipsy a další budeme nakupovat ob jeden den.

Jan Bielez, s.r.o., prověřený dodavatel čerstvého masa a uzenin. Díky nedalekému umístění od naší restaurace se minimalizují náklady na dopravu. Maso a masné výrobky budeme nakupovat denně čerstvé za smluvené ceny.

Coca Cola Česká Republika, s. r. o. je dodavatelem nealkoholických nápojů (Coca Cola, Fanta, Cappy, Nestea, Sprite, Kinley, Bonaqua, káva Illy a další). Jako doplňkové výrobky pro podporu prodeje nabízí firma nápojové lístky, světelné reklamy a tabule, skleničky, prosklené chladicí boxy, prostírání a mnoho dalších produktů. Dodávky nealkoholických nápojů plánujeme vždy jednou týdně.

Sektor zákazníků

Našimi zákazníky budou především lidé mezi 20 až 55 lety. V blízkosti restaurace je Vysoká škola Báňská, proto můžeme přilákat zdejší studenty na odpolední levné menu. Další skupinou našich potenciálních zákazníků budou zaměstnanci z okolních firem, kteří k nám mohou také zavítat na levné obědy. Ne méně důležitým sektorem zákazníků budou také mladé páry či rodiny s dětmi. Všechny tyto skupiny jsou charakteristické nižší úrovní příjmů.

4.1.3 Marketingový plán

V marketingové části podnikatelského plánu zahrnuje mnoho analýz. Pro účely našeho podnikání analyzujeme rozšířený marketingový mix, tzv. „7P“. Jedná se o produkt, cenu, distribuci, propagaci, lidé, materiální prostředí a proces. Všechny tyto oblasti chceme pro účely našeho podnikání specifikovat.

4.1.3.1 Produkt

Jak už jsem již výše zmínila, naše firma bude nabízet širokou škálu produktů od teplých pokrmů, salátů, polévek, dezertů až po různé druhy destilátů, nealkoholických nápojů, čokolád, několika druhů kávy a mnoho dalších doplňkových výrobků jako jsou například tyčinky, různé druhy dressinků a jiné.

Mezi hlavní sortiment restaurace budou patřit:

Studené předkrmy, teplé předkrmy, polévky, těstoviny, dietní jídla, hovězí maso, vepřové maso, drůbeží maso, ryby, bezmasá jídla, speciality šéfkuchaře, dětská jídla, moučníky, dezerty, poháry, přílohy

Nápoje: Nealkoholické nápoje – Cappy, Coca Cola, Nestea, Sprite a jiné

Teplé nápoje – čaj, čokoláda, frappé, káva, latté, espresso

Lihoviny, destiláty – vodka, whisky, brandy, slivovice, rum

Vína – červené, bílé, růžové, archivní, přívlastková atd.

Piva – Radegast, tmavý i světlý Kozel, Plzeňský prazdroj

Míchané nápoje – například Mojito, Margareta, Tequila Sunrise a další

Jádrem našeho produktu je vytvářet zboží, o které budou mít zákazníci zájem, bude jim chutnat a budou se k nám rádi vracet. Naší snahou bylo vytvořit jídelníček, který by dokázal uspokojit všechny chuťové pohárky našich zákazníků, ať už se jedná o malé dítě, milovníky masitých jídel či vegetariány.

Kvalita výrobků a surovin potřebných pro existenci našeho podnikání je doložena různými certifikáty kvality a jakosti našich dodavatelů. Tento typ kvality vnímáme většinou pouze my, jako výrobci avšak naši zákazníci vnímají kvalitu jako spojení dobré ceny s rychlou a příjemnou obsluhou, čistotou prostředí, preciznosti přípravy produktu, značky produktu a dalšími aspekty.

Design výrobku je důležitým faktorem v konkurenčním boji. Například pro kategorii nápojů máme různé sklenice či šálky, většinou originální vlastní nádobí dle daného dodavatele. Avšak u jídel záleží pouze na nás, jakou mají originalitu a estetickou stránku, jak jsou jídla barevně sladěná, zda není jídlo jen tak na talíři „naházené“ či je systematicky upravené do určitých tvarů.

Další částí produktu v marketingovém mixu je značka a obal. Restaurace PANORAMA nemá žádné své vlastní logo ani značku, avšak její jméno je spojeno s jinými významnými značkami jako je Coca Cola, Radegast či Prodotti Moretto Italy. Co se týče obalů, pro účely naší restaurace fungují na úrovni sekundární, při skladování a manipulaci se surovinami a to ve formě přepravek, kartonů, krabic, sudů a podobně. Zákazník přijde do styku pouze s primárními obaly, jako jsou například sklenice a plechovky od nápojů, obaly tyčinek a chipsů a další.

4.1.3.2 Cena

Ceny našich výrobků budou založeny především na nákladech podniku a na cenách konkurence. Budeme se snažit mít nižší ceny jako naši konkurenti nebo alespoň ceny srovnatelné, z důvodu nižších příjmů námi určené cílové skupiny zákazníků a přitom nesmíme zapomenout zohlednit náklady na provoz a chod celého podniku. Ceny všech námi nabízených produktů naleznete v příloze č. 15 Jídelní lístek.

4.1.3.3 Distribuce

V oblasti distribuce se řadíme mezi distribuci přímou a to z důvodu, že neexistuje žádný mezičlánek mezi našimi produkty a zákazníky. Zboží tedy prodáváme jejich konečným spotřebitelům. Z jiného pohledu jsme právě my mezičlánkem mezi velkoobchody, tedy našimi dodavateli a zákazníky.

4.1.3.4 Propagace

V dnešní době velké konkurence na trhu nesmí podniky podceňovat sílu reklamy, a proto by měli na její část investovat nemalé finanční prostředky a čas. Nejdůležitější součástí naší reklamy budou webové stránky, kde si každý bude moci přečíst základní údaje o naší restauraci, prohlédnout si fotogalerii interiéru a exteriéru či jídelní lístek a získat spoustu dalších informací. Také vytvoříme účet na sociálním serveru facebook.com, který je dnes velmi oblíbený u mladých lidí. Zde zákazníci naleznou potřebné informace a fotografie z našeho podniku s denní aktualizací novinek a odpoledních menu. Další části reklamy budou letáky, které budeme při zahájení provozu rozdávat na frekventovaných místech v Porubě, jako je například hypermarket Tesco, Kaufland, Areál VŠB-TUO v Porubě, Albert a jiné. Posledním bodem bude reklama v místních, pravidelně vycházejících Ostravských novinách. Dle žádosti zasílání denních menu a akcí podniku budeme také zasílat na e-mail zákazníka.

Další formou propagace, kterou využijeme především je osobní prodej. Zákazníci přijdou přímo do styku s našim personálem, a proto je jejich výběr velice důležitý. Klade se důraz nejen na osobnost, ale také na profesionalitu a chování, příjemné vystupování, znalost výrobků, důvěryhodnost či působení na zákazníky.

V oblasti Public-relations, vztahy s veřejností, budeme zákazníkům nabízet možnost veřejných akcí, mezi nimi například pořádání firemních či narozeninových akcí, svateb, promoce, školení, semináře a bankety.

Na podporu prodeje můžeme použít levné odpolední menu, které bude obsahovat polévku a hlavní chod, a sobotní odpolední menu bude navíc obsahovat ještě dezert. Navíc ve vybraných obdobích budeme nabízet rodinné menu, například jako 2 plné porce + 1 dětská zdarma nebo za poloviční cenu než je běžná cena této porce, která činí 60% z porce plné.

4.1.3.5 Lidé

V našem podniku budeme zaměstnávat celkem 7 osob na plný pracovní úvazek a dva učně ze středních škol brigádně jako výpomoc na základě smlouvy mezi naší restaurací a příslušným odborným učilištěm či střední školou zaměřenou na obory kuchař/číšník.

Vedoucí pracovníci

Zakladatelé společnosti jsou tito společníci:

Zbyněk Polónyi

- narozen roku 1982
- bytem Větrná 1054/14 , 708 00 Ostrava-Poruba
- absolvent Střední školy společného stravování Krakovská 1095 Ostrava-Hrabůvka – studium ukončeno maturitou roku 2000
- praxi v oboru získal 10 letou prací v restauraci SPARTAS, s. r. o. na pozici vedoucí směny

Bude odpovědný za následující činnosti ve společnosti PANORAMA, s. r. o.:

- odpovědný zástupce společnosti
- provozní v kuchyni a prostorách restaurace
- dohlížení nad chováním a činnosti zaměstnanců
- dohlížení na kvalitu a přípravu produktů

Veronika Peškarová

- narozena roku 1988
- bytem Na Chromině 39, 747 16 Hať
- absolventka VŠB – TUO, Ekonomická fakulta, obor Management
- studium ukončeno bakalářskou zkouškou roku 2010

Bude odpovědný za následující činnosti ve společnosti PANORAMA, s. r. o.:

- jednatel společnosti, předseda valné hromady společnosti
- vedení administrativní části restaurace, vedení účetnictví
- technický dozor nad provozem restaurace a údržba
- obstarávání dodávek surovin a energie

Obsluhující pracovníci

Kuchaři

Vzhledem k naší otevírací době, mají kuchaři pracovní dobu od 8 hodiny ranní do 11 hodiny večerní. Z toho důvodu přijmeme 3 kuchaře, aby byli denně v kuchyni 2 a mohli se vždy ob den střídat.

Číšníci, servírky

Na obsluhu do prostor restaurace a terasy přijmeme dva číšníky na stálý pracovní úvazek a dva učně ze škol jako pomocnou sílu. Číšníci začínají pracovní dobu na 11 hodin a končí zavírací dobou restaurace. Jejich docházka bude dle potřeby. Například během týdne, kdy je návštěvnost nízká, bude stačit pouze jeden číšník, kdežto v páteční večery, či víkendy, bude zapotřebí například tří pracovních sil.

4.1.3.6 Materiální prostředí

Sídlo naší společnosti je nebytový prostor v přízemí budovy o celkové rozloze 360 m². Tyto prostory máme v nájmu po dobu 3 let za měsíční nájemné 28 000 Kč měsíčně. Celý tento prostor je rozdělený do několika místností. Samotná obsluhující plocha uvnitř má velikost 140 m² a venkovní terasa 125 m². Dalšími prostory jsou kuchyň s 35 m², místnost na mytí nádobí 20 m², sklad o velikosti 30 m² a 10 m² pánské a dámské toalety. V prostorách restaurace není třeba provádět rekonstrukce a toalety jsou plně zařízeny po předchozím nájemci.

Ve skladu se budou uchovávat všechny trvanlivé potraviny a nápoje. Bude zde mrazák, chladicí box a regály na víno a suroviny jako jsou například mouka, rýže, sůl, cukr a další. Další regály sloužící jako úschovna čistých ubrusů, záclon a krabic s předměty na výzdobu restaurace. Dále regály s náhradním kuchyňským nádobím (například talíře, šálky, sklenice) pro případ poškození či zničení. Také zde bude větší uzamčená skříň na čistící a mycí prostředky. Do skladu vedou 2 vchody. První vchod přímo z kuchyně restaurace a druhý vchod slouží jako vstupní vchod pro dodavatele a jejich zboží.

Místnost na mytí nádobí je umístěna hned vedle kuchyně, její velikost činí 4 x 5 metrů. Bude obsahovat 2 velké dřezy, 1 odkládací pult a skříň či regály na čisté nádobí.

Kuchyň je centrální místností celé restaurace. Nachází se zde nerezový pracovní stůl o velikosti 90 x 200 cm, 2 sporáky po 8 hořácích, 2 fritovací nádoby, mrazák, jeden konvektomat, dřez a dvě mikrovlnné trouby. Klimatizace a odsávačka zápachu je v podniku zavedena po jejím předchozím nájemci.

Na terase, která je otevřená pouze za příznivého počasí, je 10 obdélníkových stolů, u každého z nich 5 židlí a 6 kulatých stolu se 4 stoličkami. Celkem tedy 74 míst.

V restaurační ploše bude celkem 94 míst k sezení. Bude zde 5 kulatých stolů s čtyřmi židlemi, 4 obdélníkové stoly se 4 místy a 2 stoly po šesti místech. Dále zde bude 7 boxů a každý z těchto boxů obsahuje jeden obdélníkový stůl a 6 míst k sezení. Před vstupem do kuchyně se nachází menší barový stůl se čtyřmi židlemi. Za tímto stolem stojí výčepní pult s pivem, 2 lednice s nealkoholickými nápoji, dřez, kávovar a regály na sklenice.

4.1.3.7 Proces

Z důvodu vysokého kontaktu zákazníka s personálem restaurace při příchodu a odchodu, a při poklesu kontaktu během samotné spotřeby produktu, můžeme zařadit stupeň kontaktu se zákazníky na střední úroveň. Oblast pohostinství jako taková spadá do zakázkového procesu, neboť zákazník se sám интересуje do výběru doby spotřeby a produktu.

Otevírací doba:	Pondělí – Čtvrtek, Neděle	11:00 – 23:00
	Pátek – Sobota	11:00 – 24:00

4.1.4 Finanční plán

Finanční plán je v podnikatelském plánu velmi důležitou částí, kterou musí podnik co nejpřesněji analyzovat. Je důležité jeho přesné stanovení, protože tak firma může předejít případnému bankrotu. V této části se rozhodne, jestli má smysl podnik založit nebo naopak. Finanční plán se skládá z několika částí, ale mezi ty nejdůležitější patří rozvaha, plánované Cash-flow a Výkaz zisků a ztrát. Pomocí těchto vypracovaných údajů zjistíme, zda nám bude podnikání přinášet nějaký zisk a za jak dlouho tato skutečnost nastane. Dále zjistíme potřebný počáteční kapitál, výši úvěru či schopnost dostat svým závazkům.

4.1.4.1 Plánovaná počáteční rozvaha

Rozvaha společnosti PANORAMA, s. r. o. bude sestavena ke dni 1. 8. 2010 neboť téhož dne zahájíme svou podnikatelskou činnost. V této rozvaze budou uvedeny jednotlivé položky aktiv a pasiv, která k tomuto stanovenému datu zachycuje stav majetku podniku a jeho zdrojů krytí a to v peněžním vyjádření. Abychom mohli danou rozvahu sestavit, musíme znát výdaje, vyjádřené v korunách, na dlouhodobý a oběžný majetek společnosti, výdaje spojené se založením společnosti, výši potřebného úvěru pro provoz a základní kapitál společnosti.

Tabulka č. 1: Výdaje spojené se založením společnosti (Zřizovací výdaje v Kč)

Správní poplatek Živnostenskému úřadu za ohlášení živnosti	1 000 Kč
Poplatek za výpisy z rejstříku trestu	100 Kč
Poplatek při návrhu na zápis do Obchodního rejstříku	5 000 Kč
Notářské služby, služby právníkům	8 000 Kč
Nájemné (1 + 3 následující splátky)	112 000 Kč
Propagace (letáky, noviny)	5 000 Kč
Celkem	131 100 Kč

Tabulka č. 2: Výdaje na pořízení hmotného majetku (v Kč) [21]

Vybavení skladu	47 187 Kč
Vybavení kuchyně a místnosti na nádobí	412 053 Kč
Vybavení terasy a místnosti pro zákazníky	362 660 Kč
Celkem	821 900 Kč

Pozn.: podrobný výpis majetku a zařízení je obsažen v příloze č. 16

Tabulka č. 3: Výdaje na prvotní zásoby

Nealkoholické nápoje – Coca Cola	12 000 Kč (48 000 Kč měsíčně)
Pivo - Radegast	18 000 Kč (72 000 Kč měsíčně)
Maso – Jan Bielez	3 500 Kč (jednorázový první nákup)
Prodotti Moretto Italy	8 500 Kč měsíčně
Suroviny, potraviny - Makro	15 000 Kč (jednorázový první nákup)
Celkem	57 000 Kč

Výdaje na nealkoholické nápoje se nám v budoucnu sníží díky vratné ceně za lahve. Dále jsme stanovili, že potraviny z Makra budeme nakupovat ob jeden den. Avšak potraviny jako je cukr, sůl, koření, alkoholické nápoje, hranolky atd., které můžeme nakoupit ve větším množství, protože se nezkaží, můžeme nakoupit vždy jednou měsíčně. Z tohoto důvodu budou budoucí výdaje na nákup o mnoho nižší oproti nákupu prvotním. Posledním dodavatelem je pan Jan Bielez, od kterého

budeme maso nakupovat každé ráno. Prvně nakoupíme maso ve větším množství a jeho případné nespotřebování uložíme do mrazáků a použijeme další den. Tím zjistíme přibližnou denní spotřebu masa, a pak budeme moci přesně odhadnout kolik kilogramů jakého druhu masa denně nakoupit. Množství veškerého dodávaného a nakupovaného zboží postupně upravíme a upřesníme podle spotřeby v průběhu podnikání.

Na základě podrobné analýzy všech počátečních výdajů jsme zjistili, že na zahájení provozu budeme potřebovat celkovou částku 1 019 044 Kč. Z důvodu námi vloženého základního kapitálu ve výši 600 000 Kč musíme požádat banku o úvěr ve výši 500 000 Kč. Pro tyto účely jsme si vybrali Českou spořitelnu, a. s., která nám nabídne na základě ručení třetí osoby úvěr na 36 měsíců při úrokové sazbě 7,3%. Anuitní splátky budou měsíčně činit 15 964 Kč.

Plánovaná počáteční rozvaha v Kč

Aktiva	Zahajovací rozvaha ke dni 1. 8. 2010	Pasiva	
Zřizovací výdaje	131 100 Kč	Vlastní kapitál	
Dlouhodobý majetek		Základní kapitál	600 000 Kč
DHM	821 900 Kč	Cizí kapitál	
Oběžný majetek		Bankovní úvěr	500 000 Kč
Zboží	57 000 Kč	Dodavatelé	57 000 Kč
Pokladna	10 000 Kč		
Bankovní účet	137 000 Kč		
Celkem:	1 157 000 Kč	Celkem:	1 157 000 Kč

4.1.4.2 Plánovaný výkaz zisků a ztrát

Pro stanovení výkazu zisků a ztrát musíme odhadem znát plánované tržby a přesně vypočítané náklady na restauraci. Prvním bodem bude stanovení celkových nákladů a tržeb na 1 měsíc, poté stanovíme výkaz zisku a ztrát na 3 roky dopředu.

Tabulka č. 4: Náklady na provoz restaurace 2010 (měsíční v Kč)

	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Náklady na zboží	180 000	100 000	100 000	100 000	110 000
Mzdy včetně odvodů	0	115 000	115 000	115 000	115 000
Nájemné	112 000	0	0	0	28 000
Spotřeba energie, vody a plynu	25 000	25 000	25 000	25 000	25 000
Telefon	0	1 500	1 500	1 500	1 500
Údržba	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Odpisy	0	0	0	0	13 490
Propagace	5 000	500	500	1 000	1 000
Zřizovací výdaje	14 100	0	0	0	0
Komunální odpad a odpad z jídla	4 000	0	0	0	0
Free WIFI internet	300	300	300	300	300
Splátka úvěru	13 889	13 889	13 889	13 889	13 889
Úroky z úvěru	2 075	2 075	2 075	2 075	2 075
Celkem	358 364	260 264	260 264	260 764	312 254

Z tabulky je zřejmé, že náklady na nákup zboží se v dalších měsících sníží. V měsíci září, říjnu a listopadu nebudeme platit nájemné, neboť jsme se tak dohodli s pronajímatelem a dopředu zaplatili 3 splátky v jejich plné výši.

Tabulka č. 5: Tržby z prodeje (v Kč)

Srpen 2010	Září 2010	Říjen 2010	Listopad 2010	Prosinec 2010
180 000	190 000	230 000	250 000	270 000

	Rok 2011	Rok 2012	Rok 2013
1. čtvrtletí	820 000	1 000 000	1 300 000
2. čtvrtletí	870 000	1 030 000	1 330 000
3. čtvrtletí	950 000	1 120 000	1 420 000
4. čtvrtletí	990 000	1 230 000	1 510 000

Tržby na první měsíc počítáme na 180 000 Kč, což znamená přibližně 45 000 Kč týdně. Kdybychom počítali 150 Kč na osobu, v odpoledním menu 100 Kč na osobu, vychází denní tržba okolo 6 500 Kč a denně tak navštíví naší restauraci okolo 50 osob. Postupně předpokládáme zvyšování počtu zákazníků, například v září, kdy začíná školní rok, se naše tržby zvednou díky odpoledním menu, také dny už nebudou tak horké jako v létě, kdy lidé jdou raději na koupaliště než do restaurace.

Z tržeb lze také vyčíst, že vždy mezi 4. a 1. čtvrtletím očekáváme nárůst tržeb nejvyšší a to z důvodů chladné počasí a před Vánoční a Vánoční doby, kdy lidé tráví doma nejvíce času z celého roku.

Tržby za rok 2011 činí 3 630 000 Kč, při rozpočítání vyjde denní tržba přibližně na 10 000 Kč což je průměrně 80 zákazníků na den. Průměrné denní tržby roku 2012 jsou 12 000 Kč na den a roku 2013 činí 15 000 Kč. Z průzkumu trhu restaurací velikostně a cenově nám podobným jsme zjistili, že podnik s dobrým jménem a dobrým marketingovým plánem může mít průměrnou denní tržbu až okolo 30 000 Kč.

Plánovaný výkaz zisků a ztrát

	srpen 2010 – prosinec 2010	Leden 2011 - prosinec 2012	Leden 2012 - prosinec 2012
Výnosy			
Tržby z prodeje	1 120 000	3 630 000	4 380 000
Výnosy celkem	1 120 000	3 630 000	4 380 000
Náklady			
Náklady na zboží	590 000	1 230 000	1 310 000
Mzdy včetně odvodů	460 000	1 380 000	1 380 000
Nájemné	140 000	336 000	336 000
Spotřeba energie, vody a plynu	125 000	300 000	300 000
Telefon	6 000	16 500	16 500
Údržba	10 000	24 000	24 000

Odpisy	13 490	32 375	32 375
Propagace, marketing	8 000	10 000	10 000
Zřizovací výdaje	14 100	0	0
Komunální odpad a odpad z jídla	4 000	8 000	8 000
Free WIFI internet	1 500	3 600	3 600
Splátka úvěru	69 445	166 668	166 664
Úroky z úvěru	10 375	24 900	24 900
Náklady celkem	1 451 910	3 532 043	3 595 539
HV před zdaněním	-331 910	97 957	784 461
Daň 19%	0	18 612	149 048
HV po zdanění	-331 910	79 345	635 413

Z výkazu zisku a ztrát vyplývá, že první rok budeme z důvodu velkých počátečních nákladů ve ztrátách, avšak v dalších letech by se měly tržby zvyšovat. Zvyšování tržeb je kromě většího počtu zákazníků, lepší koordinace objednávek způsobeno mírným růstem cen. Poměr výnosu z cen produktů je z našeho pohledu naprosto zanedbatelný díky zvyšování cen potřebných surovin pro jejich výrobu.

4.1.4.3 Plánované Cash – Flow

Jedná se o přehled takzvaných volných peněžních toků, jedná se o rozdíl mezi příjmy a výdaji, peněžních prostředků, za určité časové období. V podnikání je CF důležitou veličinou, neboť vypovídá o schopnosti generování peněz v podniku. Peněžní toky můžeme počítat buď přímou metodou, kde jednoduše rozdělíme toky na příjmy a výdaje, například podle VZZ na provozní, finanční a investiční. Druhou používanou metodou je tzv. metoda nepřímá, která ukazuje nepeněžní transakce, například odpisy, dále neuhrazené náklady a výnosy minulých nebo budoucích období, změny stavu zásob, změny stavu závazků a pohledávek, a položky příjmů a

výdajů spojených s finanční a investiční činností. Tuto druhou metodu použijeme do našeho podnikatelského záměru.

Tabulka č. 6: CF za jednotlivá období prvního roku (v Kč)

	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
PS	600 000	1 905 936	1 979 972	2 094 008	2 228 044
ČZ	0	0	0	0	0
Odpisy	0	0	0	0	13 490
Změna stavu zásob	-180 000	-100 000	-100 000	-100 000	-110 000
	180 000	190 000	230 000	250 000	270 000
CF z provozní činnosti	0	90 000	130 000	150 000	173 490
Nákup DM	-821 900	0	0	0	0
CF z investiční činnosti	-821 900		0	0	0
Přijetí úvěru	500 000	0	0	0	0
Splátka úvěru	-15 964	-15 964	-15 964	-15 964	-15 964
CF z finanční činnosti	484 036	-15 964	-15 964	-15 964	-15 964
CF celkem	1 905 936	1 979 972	2 094 008	2 228 044	2 385 570

Z tabulky č. 6 vyplývá, že během prvního roku podnikání očekáváme 1 798 907 Kč volných peněžních toků.

Tabulka č. 7: CF nepřímou metodou pro následující 3 období (v Kč)

	Srpen 2010 - prosinec 2010	Leden 2011 - prosinec 2011	Leden 2012 - prosinec 2012
PS	600 000	2 385 570	4 677 604
ČZ	0	-331 910	79 345

Odpisy	13 490	32 375	32 375
Změna stavu zásob	-590 000	-1 230 000	-1 310 000
	1 120 000	3 630 000	4 380 000
CF z provozní činnosti	543 490	2 100 465	3 181 720
Nákup DM	-821 900	0	0
CF z investiční činnosti	-821 900	0	0
Přijetí úvěru	500 000	0	0
Splácení úvěru, úroků	-79 820	-191 569	-191 565
CF z finanční činnosti	420 180	-191 569	-191 565
CF celkem	2 385 570	4 677 604	8 050 889

Z tabulky č. 7 můžeme zjistit, že charakter peněžních toků nebude postupně rostoucí, ale v období od srpna 2011 do července 2010 budou peněžní toky nižší oproti ostatním CF z dalších let, a to z důvodu ztráty, kterou bude náš podnik vykazovat v prvním roce podnikání.

4.1.5 Zhodnocení podnikatelského záměru

Po vypracování podnikatelského záměru se ukázalo, že by toto podnikání mohlo být úspěšné. Z analýzy okolí firmy vyplynulo, že největším problémem bude vládní sektor, tudíž všechny vyhlášky a normy, které musíme při podnikání v oblasti hostinství splňovat. Nároky na plnění těchto nařízení jsou velmi přísné a na jediném nevyhovujícím či neodpovídajícím údaji dle normy může celé podnikání skončit.

Zjistili jsme také, že pro naše účely podnikání jsme si vybrali dobré místo sídla podniku. V dané oblasti není příliš vysoký nájem, je zde klid a příjemné prostředí.

Navíc bude restaurace uprostřed sídliště nedaleko Alšově náměstí, kde sídlí spousta dalších firem a také v blízkosti Vysoké a střední školy.

Nejdůležitější složkou zhodnocení je oblast finančního plánování. Z počáteční rozvahy ke dni 1. 8. 2010 jsme zjistili, že téměř 75% veškerých počátečních výdajů vynaložíme na zařízení restaurace a zbylých 25% jsou zřizovací výdaje a krátkodobý oběžný majetek. Takovéto složení majetkové struktury je kryto z 52% základním kapitálem podniku a 48% kryjí cizí zdroje.

Budoucí úspěšnost podniku na trhu vyplývá z výkazu zisků a ztrát, který sice v prvním roce vykazuje zápornou hodnotu, čili ztrátu, avšak s tímto stavem musíme při zahájení podnikání počítat, z důvodu vysokých počátečních nákladů na dlouhodobý majetek. DM se skládá z dlouhodobého hmotného, nehmotného a finančního majetku a části oběžných aktiv, které mají trvalý charakter. V dalších následujících dvou letech, pro která jsme VZZ predikovali, jsou jeho hospodářské výsledky v kladných hodnotách. Ve výkazu se po celou dobu podnikání budou objevovat téměř stále stejné položky, proto je jejich srovnání jednoduché a přehledné, a je zřejmé, že budoucí postupné zvyšování hospodářského výsledku bude narůstat přibližně ve stejném poměru.

Výkaz peněžních toků v prvních třech letech ukazuje jejich konečný stav v kladných hodnotách, což znamená, že se společnost nedostává do platební neschopnosti.

Po zhodnocení finančního plánu jsme upřesnili dva další dlouhodobé cíle našeho podnikání. Prvním cílem je v období následujících pěti letech odkoupit nebytové prostory po skončení nájemní smlouvy od pronajímatele. Jejich současná hodnota činí 3 000 000 Kč. Druhým cíl, v rozmezí 5 až 10 let, je snaha hospodařit takovým způsobem, abychom mohli restauraci rozšířit. Vedle našeho podniku je ještě spousta dalších nebytových prostor, které by se daly využít například jako bar s diskotékou, pivnice nebo herna.

5 Závěr

Založení podniku je procedura časově, finančně a také administrativně velmi náročná. Souvisí s celou řadou povinností a činností, které musí zakladatelé vykonat. Čím bude příprava a provedení těchto aktivit dokonalejší, bude celý provoz a vedení společnosti o to snadnější, neboť jejich správné vypracování vede k lepším úspěchům podniku. Mezi hlavní ukazatele úspěšnosti podnikání patří například vykazovaný zisk, finanční stabilita podniku, dosahování jak dlouhodobých tak krátkodobých cílů, které si společnost stanovila. Dalšími ukazateli jsou konkurenční výhody, dobré vztahy s dodavateli a zákazníky a jiné.

V úvodu jsem uvedla, že cílem mé bakalářské práce je vypracování nebo nastínění co nejjednoduššího a nejlepšího postupu při založení a vedení společnosti s ručením omezeným pro další začínající podnikatelé. Po přečtení stručného popsání jednotlivých právních forem podnikání v teoretické části, by měly být jasné všechny výhody a nevýhody těchto forem a důvod proč jsem si vybrala právě společnost s ručením omezeným. Podrobný postup při založení společnosti a vypracování jejího podnikatelského záměru, který je nejdůležitějším dokumentem k samotnému provozu podniku, bylo představeno na restauraci PANORAMA, s. r. o. Při vypracování jsem vycházela ze znalostí získaných dosavadním studiem, použité literatury a na základě zkušeností z jiných již existujících, prosperujících restaurací.

Takto vypracovaný podnikatelský záměr by mohl sloužit jako předloha pro další začínající podnikatele dané oblasti podnikání, neboť výdaje a výnosy budou přibližně stejné. Avšak musím upozornit na velikost restaurace PANORAMA a její dlouhodobý majetek, který byl pořízen od předních výrobců. Z této skutečnosti vyplývá, že při zakládání restaurace o menších rozměrech a při nákupu kuchyňského zařízení z bazaru či méně známých značek, mohou být tyto náklady nižší.

Přílohy obsahují všechny formuláře, které je nutné vyplnit a doložit na příslušné úřady, abychom mohli podnikání zahájit. Dále v příloze naleznete fotografie restaurace, jídelní lístek s cenami a další.

Věřím, že jsem svou práci dosáhla určeného cíle a pomůže dalším začínajícím podnikatelům v rozhodování a zakládání společnosti v oblasti této problematiky.

Seznam použité literatury:

- [1] BLAŽKOVÁ, M.; *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*
- [2] DVOŘÁK, T.; *Komanditní společnost*. ASPI Publishing, s. r. o. 2004. 309 stran
ISBN: 80-7357-027-0
- [3] DVOŘÁK, T.; *Společnost s ručením omezeným*. 3. přepracované vydání
Praha: ASPI – Wolters Kluwer 2008. 454 stran ISBN: 978-80-7357-344-7
- [4] ELIÁŠ, K.; *Akciová společnost – systematický výklad obecného akciového práva se zřetelem k jeho formě*. Linde Praha, a. s. – Právnické a ekonomické nakladatelské a knihkupectví Bohumily Hořínkové a Janatuláčka, 2000. 433 stran. ISBN: 80-7201-232-0
- [5] FOTR, J.; SOUČEK, I; *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. Praha: Grada Publishing, a. s. 2005. 356 stran. ISBN: 80-247-0919-2
- [6] HANZELKOVÁ, A.; KEŘKOVSKÝ, M.; ODEHNALOVÁ, D.; VYKYPĚL, O.; *Strategický marketing, Teorie pro praxi*. 1. vydání. Praha: Nakladatelství C. H. Beck 2009. 170 stran. ISBN: 978-80-7400-120-8
- [7] MARTINOVIČOVÁ, D.; TABAS, J.; *Nauka o podnikání*. Akademické nakladatelství Cerm, s. r. o. Brno 2009. 109 stran. ISBN: 978-80-214-3851-4
- [8] MIKUŠOVÁ, M.; *Podnikání v praxi. Praktický průvodce pro podnikatele*. Arnet on Line, a.s., Ostrava 2004. 189 s., ISBN: 80-239-3953-X.
- [9] NĚMEČEK, P.; ZICH, R.; *Podnikový management I*. Akademické nakladatelství Cerm, s. r. o. Brno 2007. 136 stran. ISBN: 978-80-214-3511-7
- [10] SRPOVÁ, J.; *Podnikatelský plan*. Praha: Oeconomica, 2007. 242 stran. ISBN 978-80-245-1263-1

[11] ŠTĚPÁNOVÁ, S.; *Zakládáme a provozujeme živnost, podnikání podle živnostenského zákona*. Brno: Computer Press, a. s. 2007. 210 stran. ISBN: 978-80-251-1735-4

[12] TYRLÍK, O.; *Provozní management*. 1. vydání, Ostrava: VŠB – Technická univerzita Ostrava, 2007. 87 stran. ISBN: 978-80-248-1623-4.

[13] VEBER, J.; SRPOVÁ, J.; *Podnikání male a střední firmy*, 2. vydání, Praha: Grada Publishing, a. s. 2008. 311 stran. ISBN: 978-80-247-2409-6

[14] WUPPERFELD, U.; *Der Business-Plan für den erfolgreichen Start*. Mvg-verlag moderne industrie AG, Landsberg a. L., 1999. Český název – *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Do češtiny přeložil Jiří Pondělíček. 1. vydání Management Press, NT Publishing, s. r. o., Praha 2003. 159 stran., ISBN: 80-7261-075-9

Právní prameny:

[15] Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.

[16] Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník.

Internetové zdroje:

[17] <http://business.center.cz>

[18] <http://cs.wikipedia.org>

[19] <http://www.moretto.cz>

[20] <http://www.radegast.cz>

[21] <http://www.tuv-nord.cz>

Seznam použitých zkratek

a. s. – akciová společnost

BÚ – bankovní účet

CF – Cash-flow

CRM – Centrální registrační místa

ČR – Česká republika

ČSSZ – Česká správa sociálního zabezpečení

DIČ – daňové identifikační číslo

DPH – daň z přidané hodnoty

EU – Evropská unie

FO – fyzické osoby

FÚ – finanční úřad

IČ – identifikační číslo

k.s. – komanditní společnost

OR – obchodní rejstřík

OSVČ – osoba samostatně výdělečně činná

PO – právnická osoba

s. r. o. – společnost s ručením omezeným

v. s. o. – veřejná obchodní společnost

VŠB-TUO – Vysoká škola Báňská – Technická univerzita Ostrava

VZZ – výkaz zisku a ztrát

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., - autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v Ústřední knihovně VŠB-TUO k prezenčnímu nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne

.....

Veronika Peškarová

Adresa trvalého pobytu studenta:

Na Chromině 39

Hať 747 16

Seznam příloh

Příloha č. 1	Podpisový vzor jednatele
Příloha č. 2	Společenská smlouva
Příloha č. 3	Nájemní smlouva
Příloha č. 4	Prohlášení správce vkladu
Příloha č. 5	Čestné prohlášení jednatele
Příloha č. 6	Souhlas o umístění nebytových prostor
Příloha č. 7	Jednotný registrační formulář
Příloha č. 8	Žádost o výpis z rejstříku trestu
Příloha č. 9	Prohlášení odpovědného zástupce
Příloha č. 10	Návrh na zápis nebo zápis změny zapsaných údajů do OR
Příloha č. 11	Příhláška k registraci pro PO
Příloha č. 12	Změnový list
Příloha č. 13	Pozvánka na valnou hromadu
Příloha č. 14	Listina přítomných
Příloha č. 15	Jídelní lístek
Příloha č. 16	Podrobný výpis nakoupeného zařízení
Příloha č. 17	Fotografie restaurace